

утопии». Возможно, детальный анализ статей, открывающих 20-й – юбилейный – год существования журнала Journalism, позволит определить скрытые (несформулированные прямо) проблемные зоны отрасли.

Литература

1. Deuze M. Oncreativity [Электронный ресурс] // Journalism. 2019. № 20. P. 130–134. URL: <https://doi.org/10.1177/1464884918807066> (дата обращения: 19.03.2019).
2. Papacharissi Z. Toward new journalism(s) [Электронный ресурс] // Journalism Studies. 2015. № 16. P. 27–40.
3. Tumber H. Special 20th anniversary issue: The challenges facing journalism today [Электронный ресурс] / Tumber H., Zelizer B. // Journalism. 2019. № 20. P. 5–7. URL: <https://doi.org/10.1177/1464884918804736> (дата обращения: 19.03.2019).

УДК 070.11 + 070.15 + 316.74:002.2

Иванова Л. Д.
Уральский федеральный университет

ИЗМЕНЕНИЯ В ТИПОЛОГИИ СМИ НА РУБЕЖЕ XIX–XX ВВ.

Аннотация: Выявляются причины типологической трансформации прессы в конце XIX – начале XX вв.; указываются типоформирующие факторы, обусловившие развитие журналистики; обозначаются ведущие типологические признаки, а также основные разновидности изданий начала XX века. Показано, какое воздействие оказали типологические изменения в системе СМИ на функциональное назначение печати как средства социального воздействия.

Ключевые слова: *типформирующие факторы, типологические признаки, запросы аудитории, учредитель, предметно-аудиторная направленность, целевое назначение, функции СМИ.*

Ivanova L. D.

CHANGES OF THE MEDIA TYPOLOGY ON THE 19TH-20TH CENTURIES FRONTIER

Abstract: The causes of the press typological transformation in the late 19th – early 20th centuries are identified, the type-forming factors that lead to the journalism development are indicated, the leading typological

signs and main publication types of the early 20th century are indicated. The impact of media system typological changes on the functional purpose of the press as a means of social impact was shown.

Keywords: *type-forming factors, typological signs, audience requests, founder, subject-oriented orientation, purpose, media functions.*

Начиная с 20–30-х гг. XIX в. ведущим типом издания в России был толстый журнал энциклопедического характера. Это было издание действительно объемное (400–900 страниц), по виду журнал напоминал большую книгу, от которой отличался наличием отделов и характером контента. Аудитория таких изданий была практически однородной: это была образованная часть российской публики, состоящая, в основном, из достаточно обеспеченных людей. Завоевать своего читателя журнал мог только при помощи четко выдержанного направления, т. е. серьезно разработанной, целостной системой взглядов, что стало особенно актуально в 1860-е гг., когда существенно возросла конкуренция среди подобного рода СМИ. Вот почему и была важна при исследовании журналистики такая черта, как направление (т. е. идейная ориентация изданий). В соответствии с таким подходом исследователи и выделяли во второй половине XIX в. три главных тенденции: консервативную, либеральную и революционно-демократическую. Для каждой из них были характерны разные идейные установки и своя проблематика.

В 1880-е гг. ситуация в журналистике существенно меняется под воздействием нескольких факторов. Во-первых, читательская аудитория значительно расширяется из-за возросшего уровня грамотности населения благодаря работе народных учебных заведений, церковно-приходских школ, открываемых в глубинках земскими учреждениями, а также в результате «хождения в народ» народников и ликбеза воскресных школ марксистов. Естественно, потребности массовой аудитории один тип издания удовлетворить не может. Во-вторых, развитие науки, искусства, литературы, появление новых эстетических течений в искусстве и литературе требуют появления специализированных изданий, которые более основательно, нежели толстый журнал, освещали бы новые сферы деятельности и удовлетворяли более разнообразные запросы аудитории. Наконец, усложнившаяся общественная, политическая и экономическая жизнь России (революции, войны, дестабилизирующая деятельность радикальных партий) вызывает повышенный интерес к оперативной информации, который уже не в состоянии удовлетворить толстый ежемесячный журнал энциклопедического характера.

Все это не может не сказываться на характере и содержательных особенностях журналистики начала XX в. Ее типологическая характеристика по сравнению с предыдущим периодом существенно меняется.

Теперь одна из характерных типологических особенностей – нечеткость и неопределенность направления издания. В одном органе периодики может не совпадать направленность разных частей (например, беллетристики и публицистики) и даже разных отделов. После первой русской революции многие общественно-политические издания (даже газеты «октябристов», кадетов и других буржуазных партий) предпочитают указывать в подзаголовках «беспартийный орган прогрессивной мысли» (что очень мешает атрибутировать издания тех лет) – из соображений безопасности и желания не терять широкого читателя.

Именно поэтому при типологическом подходе к анализу журналистики начала XX века основное внимание уделяется таким характерным особенностям печатных органов, как вид издания (журнал или газета), целевое назначение СМИ (новостные, информационно-аналитические, рекламные и др.), предметно-аудиторная направленность органов печати (универсальные или специализированные), технические характеристики (формат издания, способ распространения и др.). В зависимости от того, журнал это или газета, рассчитано издание на образованного, интеллигентного читателя или широкие массы, мало подготовленные к чтению периодики, пишет оно об общественно-политических проблемах или знакомит с научными открытиями и достижениями культуры, меняется содержание публикаций, форма подачи информации.

И все-таки одними из главных типологических признаков печати этого периода являются характер учредительства и ориентация на те или иные запросы аудитории.

В конце XIX в. изменяется сам тип издателя-учредителя. Раньше в этой роли выступали люди образованные, состоятельные, как правило, идейные. Теперь на этом поприще пробуют себя представители самых разных сословий, привлеченные жадой легкой наживы, а также творческие коллективы, действующие на паевых началах (объясняется это резко возросшей конкуренцией, а также значительно увеличившимися затратами на производство газеты или журнала).

Творческие союзы, партии и промышленные сообщества (союзы, общества и другие разновидности корпоративных организаций) вызвали к жизни качественно новые типы изданий – партийные,

отраслевые корпоративные, журналы-манифесты, которые заняли свое законное место в системе российской журналистики.

Еще большее значение имел второй типологический признак – изменившийся состав аудитории, а, следовательно, и ее новые запросы.

Новый читатель из низших сословий – значительно менее требовательный, со специфическими интересами – стал причиной появления в российской прессе такого феномена, как «газеты-копейки» – действительно массовых изданий бульварного характера с огромной по тем временам аудиторией в 200-300 тыс. подписчиков. Характерное явление этого периода – поистине массовые общероссийские газеты универсального характера («Новое время», «Русское слово», «Россия» и некоторые другие) – значительно более качественные, нежели бульварные СМИ, но тоже делающие ставку на сенсационность и те темы, которыми интересовался не очень требовательный массовый читатель (нравы улиц, судебная практика, варианты мошенничества и т. д.).

Новые запросы аудитории сказались на существенной эволюции самой формы журнала как типа издания на рубеже веков. Прежний толстый журнал энциклопедического характера утратил свои позиции. На первое место в системе российской журналистики этого периода вышел тонкий еженедельник со своей специфической формой (небольшое количество страниц – 16–50, огромное количество иллюстраций – что совершенно не было характерно для толстого журнала, специализированный характер издания: тонкие журналы дифференцировались по адресату и по целевому назначению). Это были детские, женские, сатирические, профессиональные издания, журналы для самообразования, для популяризации науки и т. п. Особую группу изданий представляли газеты и журналы с благотворительной тематикой («Вестник благотворительности», «Вестник Красного Креста», «Вестник попечительства о народной трезвости», «Братская помощь», «Журнал Императорского человеколюбивого общества» и др.).

Именно типологические признаки определяли особенности функционирования журналистики в обществе начала XX века. Печать отвечала потребностям различных социальных и политических групп, творческих союзов и самого широкого читателя: она поставляла оперативную, разнообразную информацию (выполняла информационную функцию), формировала новое политическое мышление, оказывая воздействие на развитие гражданского самосознания (идеологическая функция), защищала интересы обездоленных (попечительская, благотворительная функция), освещала наиболее значимые культурные явления и деятельность

известных представителей всех сфер деятельности, внесших существенный вклад в развитие культурной и общественной жизни не только России, но и Западной Европы (просветительская функция), наконец – развлекала читателя, включая в структуру издания литературные отделы, странички юмора, публикуя карикатуры, фельетоны, кроссворды, шарады (гедонистическая функция).

Во многом именно благодаря появлению новых типов изданий разного целевого назначения изменился характер отечественной журналистики, она стала разнообразной по тематике и многофункциональной по назначению.

УДК 070.11 + 004.032.6 + 008

Кадырова Г. Х.
Астраханский государственный университет

ФРЕЙМЫ ДЕЙСТВЕННОСТИ ЖУРНАЛИСТСКИХ ВЫСТУПЛЕНИЙ В РОССИЙСКОЙ МЕДИАСФЕРЕ

Аннотация: Данная статья посвящена фреймам действенности журналистских выступлений в российской медиасфере. Действенность как форма результативности была зафиксирована документально в советской прессе. Именно с этого момента начинают формироваться медиафреймы, определяющие структурное и содержательное наполнение категории действенности журналистских выступлений. В советских изданиях медиафреймы были выражены в рубриках и страницах действенности. В настоящее время действенность имеет ценностное значение для представителей медийной отрасли и занимает важное место в коммуникативно-культурной памяти аудитории и социальных институтов.

Ключевые слова: *действенность журналистских выступлений, результативность журналистики, рубрики, медиафрейм.*

Kadyrova G. Kh.

FRAMES OF THE EFFECTIVENESS OF JOURNALISTIC PERFORMANCES IN THE RUSSIAN MEDIA SPHERE

Abstract: This article is devoted to the frames of the effectiveness of journalistic performances in the Russian media sphere. The effectiveness as a form of productivity was documented in the Soviet press. It is from